Author - Industry Canada - Service Industries and Capital Projects Publication Date - 2000-09-20

E-Commerce in Service Industries

Service Industry Profiles

More Profiles Email this document

Canada's Trade Specialists Embrace the Internet

A recent survey of traders in Canada reveals that the Internet, coupled with globalization, is having a profound impact on how Trading Houses operate.

Trading Houses are firms that specialize in exporting, importing and third-country trading of goods and services provided by other parties. The Canadian Federation of Trading House Associations (CAFTHA) conducted a survey during November, 1999 to determine how electronic commerce technologies were being used within the Canadian Trading House sector. 1,250 Trading Houses listed in the federation's database were faxed a short questionnaire. A total of 213 responses were received. a response rate of 17 %.

Virtually 100% Penetration Rate...

How do you use the Internet within your company?	
e-mail	93%
Research	86
Banking	31
Do not use	4

The survey shows that Internet access is pervasive among Trading Houses - not very surprising, given that regular and reliable communications are essential to successful trading. **96 % of companies use the Internet in their day-to-day business**. Electronic mail is the dominant application with 93 % usage. 86 % use the Internet for researching new customers and new product sources. 31 % communicate with their bank over the Internet.

82% of those accessing the Internet use a modem to connect with almost one in five having high-speed access.

Trading Houses are quickly adopting the Internet...

How long has your firm had a Web site?	
1 year or less	49%
2 yrs.	25
3 yrs.	12
4 yrs.	8
5 yrs.	6
4-5 yrs. +	6

50% of respondents currently have a Web site. **74% of these Web sites were created within the last two years** -- illustrating just how quickly the Trading House industry is adopting the Internet in its day-to-day operations.

41 % accept orders via their Web site although it is not clear what percentage of those accepting orders accept electronic payment. Automatic product pricing is unlikely to evolve very quickly on traders' Web sites. Pricing is impacted by too many factors that are very difficult to quantify, including exchange rate forecasting, country risk assessment, delivery timing and container space utilization.

15 % of respondents said they use an extranet whereby password-protected access to private company information, such as inventory and shipping documents is allowed. It is expected the sharing of shipping information will be the first aspect of operations to be widely adopted.

Industry Sees Positive Results Quickly...

Firms were asked what they were hoping to gain by using the Internet to market or sell their products and then were asked what they actually gained.

Expectations and Achievements

Expectations	% Hoping For...	% Achieved...	% Meeting Expectations
Greater Market Share	83	50	60
Cost Reductions (by Improved Efficiencies	55	42	76
Brand Building	48	30	63
Company loyalty (strengthening relationships with other companies)	29	15	52
Product Loyalty	43	27	63

Trading Houses had extremely high hopes for positive impacts of electronic commerce on their operations. For example, 83% hoped for increased sales and a greater market share by adopting one or more electronic commerce technologies. 50% have achieved greater market share due to electronic technologies resulting in 60% of firms meeting their expectations with respect to market share.

42% of firms experienced cost reductions, which means that over three quarters of the firms that were hoping for improved efficiencies, achieved them. These overall positive results are especially impressive when one considers that three-quarters of the Web sites are two years old or less.

80 % of Canadian Trading Houses have unilingual Web sites. 13 % have bilingual sites while 3 % provide three languages and 3 % provide four. Geographic concentration of customers/suppliers will greatly affect the decision to provide a multi-lingual site.

Future is Bright for Trading Houses and Electronic Commerce....

The survey concluded by asking respondents what their expectations were regarding the impact of electronic commerce on the Trading House industry. **The majority (59%) feel the Internet and e-commerce will increase the number of trading houses**. only 13% believe the number of trading houses will decrease because of the Internet. 57% believe that electronic commerce will eliminate the notion of borders in international trade. Overall, traders are very optimistic and positive about the impact of the Internet on their sector. The key asset of Trading Houses is the personal contacts and relationships they have developed around the world. Their knowledge of foreign markets, foreign business practices and cultural differences lessens the risks of international trade. It will be very difficult for new information technologies to replace the personal relationships that are wanted and, in fact, demanded by many cultures. However, these new electronic commerce technologies are facilitating international transact ions. geographical location is becoming less important as a market and as a source in international trade. The result is increased trade and this can only be positive for the trading house industry.

Auteur - Industrie Canada - Industries de services et grands projets

Date de diffusion - 2000-09-20

Le commerce électronique et les industries de services

C

Profil des secteurs de services

Plus profils

Envoyer ce document

Les spécialistes canadiens du commerce adoptent Internet

Selon une enquête menée récemment au Canada auprès des commerçants, Internet - conjugué à la mondialisation - a des répercussions profondes sur l'exploitation des maisons de commerce.

Les maisons de commerce se spécialisent dans l'exportation, l'importation et l'échange avec des pays tiers de biens et services produits par d'autres pays. La Fédération canadienne des associations de maisons de commerce (CAFTHA) a mené en novembre 1999 une enquête sur l'utilisation des technologies de commerce électronique dans le secteur canadien des maisons de commerce extérieur. Elle a transmis son questionnaire d'enquête à 1 250 maisons de commerce répertoriées dans sa base de données. Sur ce nombre, 213 y ont répondu, soit un taux de réponse de 17 p. 100.

Le taux de pénétration atteint pratiquement 100 p. 100...

Comment utilisez-vous l'Internet au sein de votre compagnie?	
Courriel	93 %
Recherche	86 %
Opérations bancaires	31 %
Aucune utilisation	4 %

L'enquête a révélé que l'accès à Internet est très répandu parmi les maisons de commerce, ce qui n"a rien d'étonnant puisque des communications fréquentes et fiables sont essentielles au succès des échanges commerciaux. **Quatre-vingt-seize pour cent des entreprises utilisent Internet dans leurs activités quotidiennes.** Avec un taux de 93 p. 100, le courriel est l'application la plus utilisée. En outre, 86 p. 100 des maisons de commerce se servent d'Internet pour rechercher de nouveaux clients et de nouvelles sources de produits. Enfin, 31 p. 100 communiquent avec leur banque par Internet.

Quelque 82 p. 100 des entreprises branchées sont reliées à Internet par modem; près d'une entreprise sur cinq a un accès haute vitesse.

Les maisons de commerce adoptent rapidement Internet...

Combien de temps votre société a-t-elle eu un site Web?	
1 an ou moins	49 %
2 ans	25 %
3 ans	12 %
4 ans	8 %
5 ans	6 %

À l'heure actuelle, 50 p. 100 des répondant possèdent leur propre site Web. **Soixante-quatorze pour cent des sites Web ont été créés au cours des deux dernières années,** ce qui témoigne de la rapidité d'adoption d'Internet par les maisons de commerce dans leur activités quotidiennes.

Selon l'enquête, 41 p. 100 des entreprises acceptent les commandes dans leur site Web, mais on ne connaît pas exactement le pourcentage qui acceptent le paiement par voie électronique. Il est peu probable que les commerçants en arrivent dans un très proche avenir à établir les prix automatiquement dans leur site Web. En effet, l'établissement des prix dépend d'un trop grand nombre de facteurs difficiles à quantifier, notamment les prévisions du taux de change, l'évaluation du risque-pays, la date de livraison et l'utilisation de l'espace de chargement des conteneurs.

Quinze pour cent des répondants ont déclaré utiliser un extranet permettant un accès protégé par mot de passe à des renseignements particuliers sur l'entreprise, par exemple, l'inventaire et les documents d'expédition. On prévoit que le partage des renseignements sur l'expédition sera le premier aspect largement adopté.

L'industrie voit rapidement des résultats positifs...

On a demandé aux entreprises les avantages qu'elles espéraient obtenir en utilisant Internet pour commercialiser ou vendre leurs produits et ceux qu'elles avaient réellement obtenus.

Attentes et résultats

Attentes	Pourcentage espérant...	Pourcentage ayant obtenu...	Pourcentage ayant obtenu des résultats à la hauteur de leurs attentes
Accroissement de la part de marché	83	50	60

Les maisons de commerce s'attendaient à obtenir grâce au commerce électronique des avantages considérables. Par exemple, 83 p. 100 espéraient augmenter leur chiffre d'affaires et leur part de marché en adoptant une ou plusieurs technologies de commerce électronique; 50

Réduction des coûts (grâce à une amélioration de l'efficience)	55	42	76
Image de marque	48	30	63
Fidélisation envers l'entreprise (renforcement des relations avec les partenaires)	29	15	52
Fidélisation envers les produits	43	27	63

commerce électronique; 50 p. 100 ont effectivement accru leur part de marché grâce à ce nouveau mode de commerce - 60 p. 100 des entreprises ont obtenu des résultats à la hauteur de leurs attentes à ce chapitre.

Quarante-deux pour cent des maisons de commerce ont diminué leurs coûts, si bien que plus des trois quarts de celles qui espéraient améliorer leur efficience y sont parvenues. Ces résultats favorables dans l'ensemble sont particulièrement impressionnants compte tenu du fait que les trois quarts des sites Web datent d'à peine deux ans ou moins.

Quelque 80 p. 100 des maisons de commerce ont un site Web unilingue; 13 p. 100, un site bilingue; 3 p. 100, un site trilingue; et 3 p. 100, un site quadrilingue. La concentration géographique des clients et des fournisseurs est un élément déterminant dans la décision d'opter pour un site multilingue.

L'avenir est prometteur pour les maisons de commerce et le commerce électronique...

Pour terminer, l'enquête demandait aux répondants d'exprimer leur point de vue quant à l'incidence du commerce électronique sur l'industrie des maisons de commerce . **La majorité (59 p. 100) estiment qu'Internet et le commerce électronique se traduiront par une augmentation du nombre de maisons de commerce** - à peine 13 p. 100 sont d'avis que leur nombre diminuera en raison d'Internet; 57 p. 100 sont convaincus que le commerce électronique éliminera la notion de frontières dans le commerce international. Dans l'ensemble, les commerçants sont très optimistes et positifs quant à l'incidence d'Internet sur leur secteur. Les relations et les contacts personnels qu'ont noués partout dans le monde les maisons de commerce représentent leur principal atout. Leur connaissance des marchés étrangers, des pratiques commerciales en vigueur dans d'autres pays et des différences culturelles at ténuent les risques inhérents au commerce international. Les nouvelles technologies de l'information pourront très difficilement remplacer les relations personnelles que souhaitent et, de fait, qu'exigent nombre de cultures. Toutefois, les nouvelles technologies de commerce électronique facilitent les transactions internationales - l'emplacement géographique des marchés et des sources de produits et services devient moins important. Il s'ensuit une intensification des échanges commerciaux forcément bénéfique pour l'industrie des maisons de commerce.